BAB IV

ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1 Analisa Unsur-unsur Perencanaan Pemasaran

Berdasarkan data yang ada, maka penyusun dapat menganalisa unsur-unsur perencanaan pemasaran diantaranya adalah :

1. Hasil Akhir (The Ends)

   Dengan adanya hasil akhir ini PT. KBE mempunyai target perencanaan pemasaran. Target perencanaan itu adalah pengembangan pasar untuk masa mendatang, karena dewasa ini situasi perekonomian sangat menuntut persaingan yang demikian ketat, bebas dan terbuka, sehingga dapat mendorong setiap individu untuk melakukan hal-hal terbaik dalam rangka peningkatan pasar.

   Untuk mencapai suksesnya kegiatan pengembangan pasar, maka PT. KBE melakukan beberapa upaya-upaya yang dapat menunjang rencana pengembangan pasar tersebut diantaranya adalah recruitment dan restrustukturisasi organisasi, ekstensifikasi pasar dan intensifikasi pasar.

2. Alat-alat (The Means)

   Dalam hal ini PT. KBE merencanakan suatu strategi untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan promosi penjualan dan potongan harga. Untuk menyelesaikan rencana tersebut, maka diadakan rapat yang bertujuan untuk pembagian tugas masing-masing divisi .

3. Sumber-sumber (The Sourcer)

Tenaga kerja pemasaran pada PT. KBE cukup baik dan handal serta bertanggung jawab terhadap tugasnya masing-masing.

Material (bahan) yang digunakan PT. KBE untuk memproduksi suatu produk cukup bagus dengan kualitas yang tinggi.

4. Pelaksanaan (Implementation)

Dalam prosedur pengambilan keputusan kadang-kadang tidak selektif, sehingga rencana yang telah dibuat tidak semuanya dapat dilaksanakan sesuai dengan target dan harapan.

5. Pengawasan (Control)

Pengawasan sangat penting, karena dengan adanya pengawasan,maka apabila ada kesalahan dalam pengambilan keputusan kesalahan tersebut dapat diperbaiki untuk selanjutnya.

4.2 Analisa Proses Pembuatan Rencana

Dalam proses pembuatan rencana pemasaran pertama-tama yang harus dilakukan adalah:

1. Menetapkan tugas dan tujuan

Tugas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dan pasti ada tujuan yang diharapkan dari tugas tersebut.

Tugas dari Kepala Bagian pemasaran PT. KBE adalah mengelola kegiatan tenaga kerja pemasaran. Tujuan yang hendak dicapai oleh PT. KBE adalah meningkatkan laba dan efesiensi kerja karyawan.

2. Mengobservasi dan menganalisa

Faktor-faktor yang mempermudah pencapaian dalam peningkatan penjualan adalah:

- Tenaga kerja.
- Material .
- Alat alat produksi.

Setelah dilakukan observasi, maka faktor-faktor tersebut harus dianalisa diantaranya adalah :

- Faktor tenaga kerja
  - Tenaga kerja pada PT. KBE dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan.
  - Tenaga kerja PT. KBE mempunyai tingkat kreativitas yang tinggi, bertanggung jawab dan disiplin.
- Faktor material
  - Material yang digunakan oleh PT. KBE cukup baik dan mempunyai kualitas yang tinggi.
  - Material yang digunakan oleh PT. KBE dapat menunjang meningkatkan jumlah penjualan.
- Faktor alat-alat produksi
  - Alat-alat produksi yang digunakan PT. KBE dapat memperlancar proses produksi.
  - Alat-alat yang digunakan oleh PT. KBE jumlahnya cukup banyak.

3. Mengadakan kemungkinan-kemungkinan

Kemungkinan-kemungkinan berfungsi sebagai bahan perbandingan dalam pengambilan keputusan sebuah rencana untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan.

PT. KBE mengurutkan kemungkinan-kemungkinan tersebuat atas dasar biaya yang diperlukan misalnya pada Forecast bulan Januari 1999 sampai dengan November 1999 dengan jumlah total adalah 64.560 (Forecast terlampir).

4. Membuat sintesa

Kemungkinan-kemungkinan yang telah dibuat pasti ada yang baik disamping adanya sela-sela yang negatif, setelah itu unsur-unsur yang negatif dibuang dan unsur-unsur yang positif diambil sehingga diperoleh sintesa dari beberapa kemungkinan itu.

5. Menyusun rencana

Setelah segala sesuatunya dalam proses pembuatan rencana dari mulai menetapkan tugas dan tujuan, mengobservasi dan menganalisa, mengadakan kemungkinan-kemungkinan, dan membuat sintesa, maka proses akhirnya adalah menyusun rencana dimana dalam penyusunan dalam meningkatkan penjualan tujuan yang hendak dicapai adalah meningkatkan laba.

Susunan rencana tersebut dalam meningkatkan penjualan diantaranya adalah :

- Meningkatkan kualitas produk yang baik.
- Meningkatkan jumlah jenis produk.

- ♦ Meningkatkan pelayanan.
- ♦ Meningkatkan jumlah sales.
- ♦ Meningkatkan jadwal pengiriman barang yang tepat waktu.

4.3 Hambatan-hambatan

- Sifat dari perusahaan adalah job order, jadi untuk melihat permintaan konsumen ke depan masih belum pasti.
- Perusahaan berlokasi pada lingkungan pemukiman.
- Pada proses produksi masih menggunakan teknologi konvensional.
- Tidak tepatnya jadwal pengiriman akibat untaian permasalahan sejak dari incoming proses sampai ke proses akhir produksi.
- Keberadaan sales yang sampai saat ini masih sangat terbatas.
- Konsentrasi pada satu proses produksi tidak focus
- Kualitas yang masih diragukan.
- Pelayanan yang kurang memuaskan.
- Kurangnya tenaga kerja pemasaran yang ahli dan berpengalaman.
- Terbatasnya jumlah komputer yang menunjang kegiatan usaha.